

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Marketingový mix vybrané organizace</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Tereza Navrátilová</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Celkově považuji téma za průměrně náročné, jelikož jde o popis marketingového mixu společnosti Decathlon, provedení dotazníkového šetření mezi jejími zákazníky a sestavení návrhů. Je otázkou, nakolik je taková práce přínosná pro samotnou společnost, jelikož ta má svůj marketingový mix velmi dobře zvládnutý, o čemž svědčí její velký úspěch jak na evropských, tak i mimoevropských trzích.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s většími výhradami</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce bylo vypracovat marketingový mix vybrané organizace a na základě zjištění vypracovat doporučení. Podle mého názoru společnost Decathlon má svůj marketingový mix již dávno sestavený a je velmi životaschopný, takže cílem mělo být spíše „zhodnotit“, či „posoudit“. Cíl je tedy možné považovat za částečně splněný.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Teoretické kapitoly prezentují základní termíny z oblasti marketingového mixu, marketingových komunikací a marketingové situační analýzy. S ohledem na literaturu použitou pro psaní teoretické části práce je přidána hodnota velmi nízká, jelikož jde jen o kompilaci obecně známých informací. Praktická část práce začíná představením analyzované společnosti Decathlon a představením marketingového mixu společnosti. Zde bohužel studentka nevyužila všechny představené základní přístupy k analýze marketingového mixu, které byly uvedeny v teoretické části práce, např. chybí aplikování konceptu totálního produktu. U popisu marketingových komunikací by bylo mnohem přehlednější, popisovat je ve struktuře ATL-TTL-BTL.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>E - dostatečně</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Hlavní partie praktické části práce spočívá v provedení dotazníkového šetření, jehož metodika však není skoro vůbec popsána, chybí uvedení plánu výzkumu, techniky výběru respondentů, velikosti základního souboru, harmonogram výzkumu atd. Studentka si zvolila tři výzkumné otázky a výzkumné hypotézy, které však nejsou odvozeny od předchozích výzkumů. Zejména hypotézy H1 a H2 jsou formulovány natolik komplikovaně, že by nešly vůbec statisticky otestovat. Elektronickým dotazováním se bohužel podařilo získat jen 65 odpovědí, což je velmi nízké číslo s ohledem na to, že Decathlon má na českém trhu vůdčí pozici. Otázka v praktické části práce by neměly být vyhodnoceny jedna za druhou tak, jak byly umístěny v dotazníku, ale spíše měly být shrnuty do jednotlivých problémových oblastí. Pro vyhodnocení otázek z dotazníku byly použity grafy a kontingenční grafy; bohužel hlubší závislosti mezi proměnnými nebyly analyzovány. Na provedené dotazování navazuje marketingová situační analýza, což je však ve skutečnosti jen matice SWOT bez dalších předcházejících a navazujících analýz. U matice SWOT není zřejmé, odkud studentka vzala faktory externího prostředí. Shrnutí a doporučení jsou celkem vhodně propojeny s výsledky výzkumu.	

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**C - dobře**

*Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.*

Na s. 28 se píše o primární a sekundární analýze dat.

Správně je to analýza primárních a sekundárních dat. V grafu 3 měly být hodnoty seřazeny od nejvyšší po nejnižší. V grafu 4 chybí popisky hodnot.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**E - dostatečně**

*Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.*

Výběr použité literatury je bohužel na velmi nízké úrovni, protože převážná většina práce je napsána s využitím 15 knižních zdrojů – českých učebnic. Cizojazyčná literatura v práci zcela chybí, publikace v odborných a vědeckých časopisech rovněž.

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.*

Nejsou.

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

S ohledem na nízkou úroveň teoretické a praktické části, velmi malý výběrový soubor považuji celkovou úroveň práce za hraniční.

Otázky k obhajobě:

- 1) Odkud jste vzala faktory externího prostředí do matice SWOT. Která kombinace externích a interních faktorů matice SWOT převažuje a proč?
- 2) Jaké náklady jsou spojeny s Vámi navrhovanými doporučeními?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **E - dostatečně**.

Datum: 29.5.2023

Podpis: